

Keragaan dan Usulan Alternatif Strategi Pengembangan Bisnis Ekspor Kakao Indonesia

Performance and Suggested Alternative Strategies in Developing Indonesian Cocoa Export Business

Bambang Dradjat^{1*)} dan Herman¹⁾

Ringkasan

Penelitian ini menitikberatkan pada pengembangan ekspor kakao dilihat dari pertumbuhan dan nilai ekspor serta daya saingnya. Berdasarkan perkembangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengajukan alternatif strategi pengembangan bisnis ekspor kakao ke depan. Kerangka *Analysis Hierarchie Process* (AHP) tentang masalah bisnis ekspor kakao disusun secara berjenjang dari penyusunan fokus atau sasaran yang ingin dicapai, identifikasi faktor yang mempengaruhi, identifikasi aktor pelaku dan fasilitator, penetapan tujuan yang ingin dicapai, dan identifikasi alternatif tindakan (strategi) yang perlu dilakukan oleh aktor. Setiap komponen dalam sasaran, faktor, aktor, tujuan dan alternatif strategi dinilai tingkat kepentingannya dengan menggunakan skor berdasarkan skala dasar *Slaty*. Hasil wawancara dengan para pelaku bisnis sebagai nara sumber dianalisis dengan teknik AHP. Perkembangan ekspor kakao dari tahun 2000–2006 menempatkan posisi daya saing Indonesia di pasar dunia cukup baik. Dalam rangka meningkatkan nilai dan pertumbuhan ekspor kakao tersebut, pelaku bisnis menilai peranan Pemerintah sebagai regulator dan fasilitator ekspor yang sangat penting. Pemerintah menjadi aktor utama untuk ekspor kakao melalui deregulasi terkait dengan komoditas tersebut. Tujuan pengembangan ekspor kakao dapat dicapai melalui kombinasi strategi (i) penyediaan modal melalui APBN dan APBD dan sumber lain, (ii) penerapan teknologi budi daya kakao sesuai rekomendasi, (iii) percepatan upaya peremajaan, (iv) peningkatan produktivitas riset untuk memperoleh bibit unggul, (v) pembangunan fasilitas transportasi dari usahatani hingga ke pelabuhan, (vi) pengembangan organisasi petani dan pola kemitraan serta aliansi strategis, dan (vii) pengendalian hama dan penyakit.

Summary

This research focussed on the export development of cocoa bean with respect to its export growth, values and competitiveness. Based on this development, the aim of this research is to propose alternative development strategies of export business for cocoa bean in the future. The Analysis Hierarchie Process (AHP) framework of export business of cocoa bean was arranged consecutively from formulation of focuss or goals, identification of affecting factors and actors, deter-

Diterima (Received): 28 Mei (May) 2009.

1) Lembaga Riset Perkebunan Indonesia, Jl. Salak 1A, Bogor, Indonesia.

*) Alamat Penulis (Corresponding Author) : bambangdradjat@yahoo.co.id

mination of actor objectives, and recognition of alternative strategies needed. Each component of goals, factors, actors, objectives, and alternative strategies were valued on the basis of their importance using Saaty scales. Results of interviews with experts were analyzed using AHP technique. The development of cocoa bean export from 2000 to 2006 showed the competitiveness position of Indonesia in the world market was fairly good. In order to increase the growth and values of cocoa bean export, the experts consider the role of government as regulators and facilitators is very important. The government became the main actor for the export development through de/regulation related to the cocoa bean commodity. The objectives of actors could be achieved by combining strategies (i) provision of fund in national and regional budget, as well as other sources (ii) implementation of recommended technologies of cocoa, (iii) acceleration of replanting program, (iv) improvement of research productivity in producing high yielding plant materials, (v) development of transportation facilities from farms to harbours, (vi) development of farmers' organization and partnerships as well as strategic alliance, and (viii) pests and diseases control.

Key words: Cocoa bean, expor, role of government, objectives and strategies.

PENDAHULUAN

Pengetahuan tentang pasar ekspor komoditas utama perkebunan sangat penting, tetapi hingga saat ini pengetahuan tersebut lebih banyak bersifat umum. Walaupun pengetahuan umum tersebut penting, pengetahuan tentang pasar ekspor komoditas utama perkebunan yang lebih bersifat praktis sangat penting. Pengetahuan praktis ini dapat menggerakkan pemerintah dan pelaku usaha perkebunan lebih konkrit. International Trade Centre UNCTAD/GATT (1978) pernah menekankan tentang hal ini. Pengekspor sebagai pemasok pasar ekspor komoditas utama perkebunan harus mengetahui beberapa aspek yang berkaitan dengan pasar ekspor, seperti pasar potensial, faktor yang menentukan pengembangan ekspor, dan praktek serta strategi pengembangan ekspor. Amir (2000) juga telah menguraikan faktor-faktor yang menentukan daya saing suatu

komoditas ekspor dan cara-cara meningkatkan daya saing ekspor.

Masalah bisnis ekspor komoditas perkebunan, termasuk kakao, diperkirakan berkaitan erat dengan biaya operasional, pasar, pemasaran, dan sarana penunjang (Departemen Perdagangan, 2005). Masalah ekonomi biaya tinggi di Indonesia diperkirakan menimbulkan masalah efisiensi usaha bagi pengekspor komoditas perkebunan, termasuk kakao. Selain kondisi masalah internal pengekspor, berbagai kebijakan pemerintah diperkirakan ikut berkontribusi terhadap masalah biaya operasional pengekspor.

Departemen Perdagangan (2005) juga menyatakan bahwa masalah sarana penunjang merupakan masalah yang tak kalah penting dalam upaya menjadi pemasok internasional komoditas utama

perkebunan. Sarana penunjang dimaksud khususnya di bidang keuangan (modal dan bunga), asuransi dan pengangkutan (fasilitas dan jaringan pengangkutan). Dengan tingkat persaingan internasional yang semakin tinggi dan proses globalisasi berjalan makin cepat, maka sarana penunjang tersebut menjadi sangat strategis dalam menentukan pengembangan ekspor komoditas utama perkebunan.

Di pasar internasional, hasil kajian sebelumnya (Dradjat, 2002) menunjukkan bahwa daya saing komoditas utama perkebunan Indonesia diperkirakan lebih rendah dari komoditas yang diproduksi negara pesaing. Masalah daya saing ini juga menjadi fokus perhatian pemerintah dalam penyusunan kebijakan dan program pembangunan pemasaran hasil pertanian (Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, 2004).

Masalah bisnis yang dihadapi peng-ekspor komoditas utama perkebunan tentunya akan berpengaruh terhadap nilai dan pertumbuhan ekspor komoditas perkebunan dan pendapatan pelaku bisnis ekspor. Analisis bisnis terhadap permasalahan yang dihadapi oleh para pengeksport komoditas utama perkebunan ditujukan untuk meningkatkan daya saing komoditas perkebunan. Ketidakmampuan pengeksport mengelola daya saing komoditas utama perkebunan Indonesia dapat menjadi penghambat serius dalam pencapaian sasaran peningkatan nilai dan pertumbuhan ekspor komoditas perkebunan yang pada gilirannya menguntungkan pengeksport dan petani.

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk mengajukan alternatif tindakan pengembangan ekspor komoditas kakao. Sementara itu secara khusus penelitian ini bertujuan untuk (i) menyajikan dan menganalisis keragaan ekspor kakao Indonesia, (ii) mengidentifikasi dan menganalisis masalah bisnis yang dihadapi pelaku usaha dalam rangka pengembangan ekspor kakao dan (iii) mengajukan alternatif usulan strategi pengembangan bisnis ekspor kakao.

BAHAN DAN METODE

Dalam AHP (*Analysis Hierarchie Process*) ini, alternatif tindakan ditentukan oleh pelaku atau aktor dengan memasukkan pertimbangan dan nilai-nilai pribadi secara logis. Kedua hal ini sangat ditentukan oleh pengetahuan, pengalaman, imajinasi, logika, dan intuisi (Rizal, 2007 *cit.* Ma'arif & Tanjung, 2003). Dalam *Expert Choice*, pertimbangan yang sama dilakukan dalam penentuan ranking oleh pelaku terhadap berbagai unsur yang menentukan berbagai tindakan. Penentuan ranking ini sangat penting untuk mengetahui karakteristik dari masing-masing komoditas utama perkebunan.

Kerangka AHP tentang masalah bisnis ekspor komoditas perkebunan disusun secara berjenjang dari penyusunan fokus masalah, identifikasi faktor yang mempengaruhi, identifikasi aktor (pelaku dan fasilitator), penetapan tujuan yang ingin dicapai, dan identifikasi alternatif tindakan yang perlu dilakukan oleh aktor (Gambar 1).

Penentuan ranking unsur-unsur dalam berbagai alternatif tindakan dengan *Expert Choice* dilakukan sebagai berikut:

1. Optimalisasi sumberdaya dilakukan dengan memberi ranking pada lahan, tenaga kerja, modal dan teknologi (budi daya, *handling* dan pengolahan).
2. Pengembangan infrastruktur dilakukan dengan memberi ranking pada fasilitas transportasi (pelabuhan, jalan, jembatan timbang, gudang dan lainnya), energi (listrik), dan telekomunikasi dan informasi.
3. Pengembangan pembiayaan dilakukan dengan memberi ranking pada penyediaan skim-skim kredit (investasi dan kredit ekspor), persyaratan, dan perlindungan terhadap risiko.
4. Kelembagaan dilakukan dengan memberi ranking pada pengembangan organisasi dan penerapan aturan perundang-undangan.
5. Implementasi kebijakan dilakukan dengan memberi ranking pada kebijakan perdagangan melalui berbagai instrumen fiskal (pajak/tarif ekspor dan impor, pungutan, retribusi, dan subsidi), kebijakan komoditas (jenis dan mutu), dan kebijakan non-tarif.

Kondisi terkini yang terkait dengan ekspor komoditas perkebunan dan kebijakan pemerintah dapat diketahui dengan melakukan pemutakhiran data dan informasi dari berbagai sumber yang relevan. Analisis terhadap kondisi terkini tersebut dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif.

Analysis Hierarchie Process (AHP)

Tahapan kegiatan AHP menurut Saaty (2003) *cit.* Rizal (2007) meliputi:

a) Identifikasi Masalah

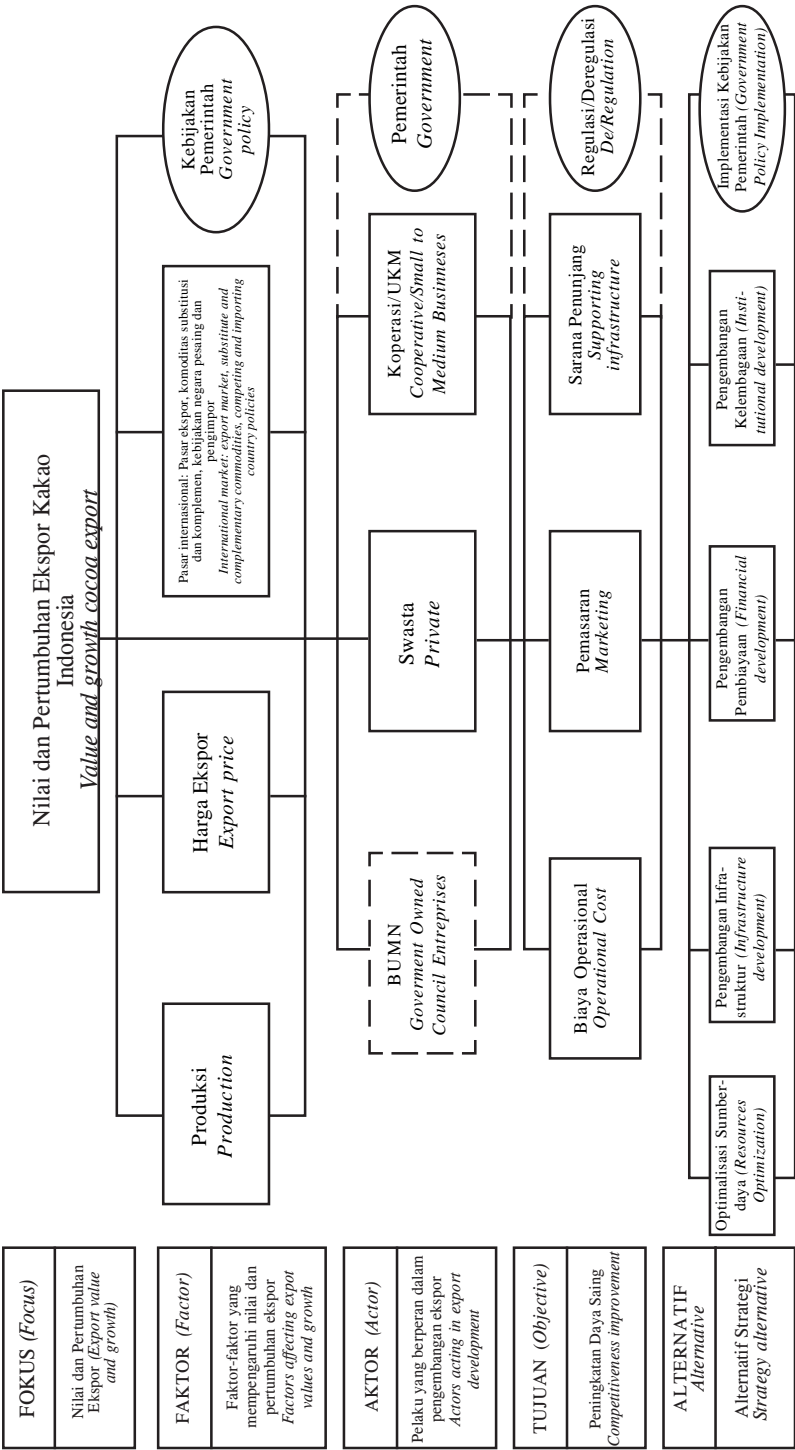
Identifikasi masalah didasarkan pada dokumen Departemen Perindustrian dan Perdagangan (2005) tentang Kebijakan Pembangunan Industri dan Perdagangan Nasional. Permasalahan pengembangan ekspor komoditas utama perkebunan disimpulkan meliputi masalah biaya operasional, manajemen pemasaran dan sarana penunjang.

b) Penyusunan Hierarki

Permasalahan pengembangan ekspor komoditas utama perkebunan kemudian dianalisis secara berjenjang dan disusun menurut elemen-elemen yang terkait dengan permasalahan, yaitu fokus, faktor, aktor, tujuan, masalah dan alternatif strategi. Faktor yang mempengaruhi nilai dan pertumbuhan ekspor komoditas utama perkebunan secara hipotesis diidentifikasi meliputi surplus produksi, harga *free on board* (FOB), kebijakan pemerintah dan pasar ekspor.

Aktor dalam rangka peningkatan nilai dan pertumbuhan ekspor komoditas utama perkebunan didefinisikan sebagai pelaku usaha (BUMN, Swasta dan Koperasi/UKM), sedangkan pemerintah didefinisikan sebagai fasilitator dan regulator.

Tujuan aktor dalam rangka meningkatkan nilai dan pertumbuhan ekspor komoditas utama perkebunan menjadi pening-



Gambar 1. Hierarki analisis masalah pengembangan ekspor kakao.
Figure 1. Hierarchy of problem analysis of cocoa export development.

Tabel 1. Skala dasar Saaty

Table 1. Basic scale of Saaty

Tingkat Kepentingan (<i>Necessary level</i>)	Keterangan (<i>Remark</i>)
1	Sama pentingnya dibandingkan dengan yang lain <i>Equal importance compared to others</i>
3	Moderat pentingnya dibandingkan dengan yang lain <i>Importance compared to others</i>
5	Kuat pentingnya dibandingkan dengan yang lain <i>Significant importance to others</i>
7	Sangat kuat pentingnya dibandingkan dengan yang lain <i>Very significant importance to others</i>
9	Ekstrem pentingnya dibandingkan dengan yang lain <i>Extremely importance to others</i>
2, 4, 6, 8	Nilai diantara dua nilai berdekatan <i>Value in between two values</i>
Resiprok (<i>Reciprocal</i>)	Jika elemen <i>i</i> memiliki salah satu angka di atas dibandingkan dengan elemen <i>j</i> , maka elemen <i>j</i> memiliki nilai kebalikannya ketika dibandingkan dengan elemen <i>i</i> <i>If i element has one value above j element then j element has the opposite value when compared to i element</i>

Sumber (*Source*) : Ma'arif & Tanjung (2003) *cit.* Rizal (2007).

katan daya saing. Komponen daya saing diidentifikasi meliputi biaya operasional seperti diungkapkan Amir (2000), manajemen pemasaran (Keegan, 2003), dan sarana penunjang (Tambunan, 2002).

Alternatif strategi peningkatan daya saing dihipotesiskan meliputi optimalisasi sumber daya, pengembangan infrastruktur, pembiayaan, kelembagaan dan implemen-

tasi kebijakan pemerintah seperti diungkapkan oleh Tambunan (2002).

c) Komparasi Berpasangan

Komparasi berpasangan merupakan teknik untuk menentukan tingkat kepentingan tiap-tiap elemen dalam hierarki. Penerapannya dilakukan dengan mem-

Tabel 2. Formulasi matriks individu

Table 2. Formulation of individual matrix

		C_1	C_2	C_n
$A = (a_{ij}) =$	C_1	1	
	C_2	1
	
	C_n	a_{1n}	a_{2n}	1

bandingkan elemen satu dengan lainnya dalam satu tingkat hierarki sehingga diperoleh nilai kepentingan dari masing-masing hierarki. Penilaian dilakukan dengan memberi ranking dan nilai Saaty pada setiap elemen dalam hierarki (Tabel 1).

d) Matriks Pendapat Individu

Matrik individu diformulasikan dengan asumsi C_1, C_2, \dots, C_n adalah set elemen pada setiap tingkat keputusan dalam hierarki. Kuatifikasi pendapat dari hasil komparasi berpasangan membentuk matriks $n \times n$. Nilai a_{ij} merupakan nilai matriks pendapat hasil komparasi yang mencerminkan nilai kepentingan C_i terhadap C_j (Tabel 2).

(g_{ij}) berasal dari rata-rata geometrik elemen matriks pendapat individu yang nilai nisbah konsistensinya (*Consistency ratio/CR*) memenuhi syarat. Tujuan dari penyusunan matrik pendapat gabungan ini adalah untuk membentuk suatu matriks yang mewakili matriks-matriks pendapat individu yang ada. Matriks ini selanjutnya digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi serta vektor prioritas dari elemen-elemen hierarki yang mewakili semua responden. Matriks pendapat gabungan ini menggunakan formulasi sebagai berikut :

$$G_{ij} \text{ (Matriks Gabungan)} = \sqrt[m]{\sum_{j=1}^n a_{ij} (k)}$$

dimana :

m : jumlah responden

a_{ij} : adalah matriks individu.

e) Matriks Pendapat Gabungan

Matriks pendapat gabungan merupakan matriks baru yang elemen-elemennya

f) Pengolahan Horisontal

Pengolahan horisontal digunakan untuk menyusun prioritas elemen keputusan pada

Tabel 3. Posisi ekspor biji kakao Indonesia, tahun 2006

Table 3. Export of Indonesian cocoa bean, year 2006

Pengekspor <i>Expoter</i>	Nilai Ekspor <i>Export value</i> 2006, US\$ ribu (thousands)	Volume Ekspor <i>Export volume</i> 2006, ton	Trend Nilai Ekspor <i>Trend of export value</i> 2002-2006, %	Trend Volume Ekspor <i>Trend of export volume</i> 2002-2006, %	Pertumbuhan <i>Growth</i> 2005-2006, %	Pangsa Ekspor di Dunia <i>Export world share, %</i>
Dunia (<i>World</i>)	4.594,628	3.491,517	5	15	8	100
Pantai Gading <i>Ivory Coast</i>	1.422,913	925,129	n.a	n.a	-3	31
Ghana	1.096,322	685,482	n.a	n.a	n.a	24
Indonesia	619,017	490,778	5	10	32	13
Nigeria	279,810	172,303	-1	0	-30	6
Lainnya (<i>Others</i>)	2.047.412	1.708.603	na ¹⁾	na ¹⁾	na ¹⁾	19

Keterangan (*Notes*) : ¹⁾ n.a = data tidak tersedia (*data not available*).

Sumber (*Source*) : *International Trade Centre*, 2008

hierarki keputusan dengan empat tahapan yaitu :

Perkalian baris dengan menggunakan rumus :

$$V_{ei} \text{ (Vektor Eigen)} = \sqrt[m]{\sum_{i=1}^m A_{ij}}, I = 1,2$$

dimana :

V_{ei} : vector Eigen

m : jumlah responden

n : jumlah elemen yang dibandingkan

Metode Pengumpulan Data

Kajian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui survei dengan melakukan wawancara langsung ke responden yang memahami ekspor komoditas utama perkebunan di Lampung dan Sulawesi Selatan. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, di antaranya Direktorat Jenderal Perkebunan, serta berbagai publikasi melalui *desk research*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekspor Kakao Indonesia

Perdagangan ekspor kakao biji telah melibatkan banyak negara pengekspor dan Indonesia merupakan negara terbesar ketiga di bawah Pantai Gading (Tabel 3). Pada tahun 2006, ekspor kakao biji dunia bernilai US\$ 4,6 milyar dengan volume 3,5 juta ton, masing-masing dengan pertumbuhan per tahun 5%–15% dalam periode 2002–2006. Dalam periode 2005–2006, pertumbuhan ekspor kakao biji dunia tersebut mencapai 8%.

Dalam perdagangan kakao biji dunia tahun 2006 tersebut, ekspor kakao biji Indonesia bernilai US\$ 619 juta dengan volume 490 ribu ton. Nilai per unit ekspor kakao biji Indonesia paling murah di dunia, yaitu hanya US\$ 1,26 ribu per ton. Tingkat pertumbuhan ekspor Indonesia dalam nilai dan volume tersebut mencapai 5% dan 10%, sama dengan pertumbuhan nilai ekspor kakao dunia tetapi pertumbuhan volumenya sedikit lebih rendah dari pertumbuhan volume ekspor kakao dunia. Pada periode tahun 2005–2006, pertumbuhan ekspor kakao biji Indonesia 32%, jauh lebih tinggi dari pertumbuhan ekspor dunia. Pangsa ekspor kakao biji Indonesia terbesar ke tiga di dunia, yaitu 13%, di bawah Pantai Gading dan Ghana.

Pada tahun 2007 dan 2008, ekspor biji kakao Indonesia menunjukkan penurunan dalam volume tetapi kenaikan dalam nilai. Pada tahun 2007 volume ekspor biji kakao 379.829 ton sedangkan pada tahun 2008 berjumlah 380.513 ton. Pada dua tahun tersebut nilai ekspor masing-masing adalah US\$ 622.600.378 dan US\$ 854.584.783 (Badan Pusat Statistik, 2009).

Dalam hal tujuan ekspor biji kakao, Malaysia, Amerika Serikat, Brazil, dan Cina merupakan tujuan utama. Negara-negara lain yang juga menjadi tujuan ekspor antara lain adalah Singapura, Korea Selatan dan Jerman (Tabel 4). Hal penting lain yang perlu diperhatikan dari Tabel 4 adalah Malaysia dan Cina sebagai dua negara yang pertumbuhan nilai impor biji kakanya tinggi, masing-masing 41% dan 47% dalam periode 2002–2006. Pada kedua negara tersebut pangsa ekspor

Tabel 4. Ekspor biji kakao menurut negara tujuan, tahun 2002–2006

Table 4. Cocoa bean export according to destination, year 2002–2006

Pengimpor <i>Importer</i>	Nilai impor <i>Import value</i> 2006 US\$ ribu (thousands)	Pangsa impor <i>Import segment</i> %	Volume impor <i>Import volume</i> 2006 (ton)	Nilai per unit <i>Value per unit</i> (US\$)	Trend nilai impor <i>Trend of import value</i> 2002–2006, %	Trend volume impor <i>Trend of import volume</i> 2002–2006, %	Trend volume impor <i>Trend of import volume</i> 2005–2006, %	Ranking negara pengimpor di dunia <i>Rank on the world</i>	Pangsa impor dunia <i>Share in the world</i> %	Trend total nilai impor <i>Trend of total import value</i> 2002–2006, %
Dunia <i>World</i>	619,017	100	490,778	1,261	5	10	32			6
Malaysia	234,812	38	190,298	1,234	15	22	21	3	14	41
AS <i>USA</i>	163,987	26	131,739	1,245	5	8	21	1	16	11
Brazil	83,772	14	63,799	1,313	-2	3	135	13	2	-3
Singapura <i>Singapore</i>	57,825	9	43,976	1,315	-3	2	43	12	2	16
Cina <i>China</i>	23,092	4	18,241	1,266	70	57	10	17	1	47
Kanada <i>Canada</i>	14,571	2	11,250	1,295	364	377	148	8	3	9
Jerman <i>Germany</i>	13,417	2	9,939	1,350	23	25	528	4	10	9
Thailand	9,124	1	8,260	1,105	-1	7	-33	21	1	-3
Kolumbia <i>Colombia</i>	7,102	1	5,649	1,257	n.a	n.a	n.a	25	0	10
Belgia <i>Belgium</i>	5,353	1	3,363	1,592	-28	-26	2413	5	7	14
Belanda <i>Netherlands</i>	4,035	1	2,943	1,371	-10	-16	116	2	14	1
Jepang <i>Japan</i>	689	0	330	2,088	-2	-6	31	10	3	3
Sri Lanka	361	0	240	1,504	-22	n.a	n.a	50	0	-27
India	204	0	169	1,207	-26	-27	1,940	28	0	
Polandia <i>Poland</i>	191	0	150	1,273	-9	n.a	n.a	20	1	-5
Antiles Belanda <i>Antilles Netherlands</i>	136	0	100	1,360	n.a	n.a	n.a	56	0	
Perancis <i>France</i>	29	0	13	2,231	n.a	n.a	12	6	6	0
Saudi Arabia	25	0	28	893	n.a	n.a	n.a	65	0	
Ukraina	13	0	33	394	n.a	n.a	n.a	19	1	4

Sumber (Source) : Badan Pusat Statistik, 2009.

Tabel 5. Volume ekspor biji kakao Indonesia ke beberapa negara tujuan pada tahun 2007 dan 2008

Table 5. Export volume of Indonesia cocoa beans to countries of destination in year 2007 and 2008

Negara (Countries)	2007	2008
Malaysia	183,172	209,408
USA	53,224	53,689
Singapura (Singapore)	43,683	45,157
Brazil	42,087	29,917
China	20,746	15,902
Kanada (Canada)	6,500	13,000
Thailand	7,325	8,116
Jepang (Japan)	553	691
India	314	650
Jerman (Germany)	902	487

Sumber (Source): Badan Pusat Statistik, 2009.

Indonesia baru 38%, dan 26%, dengan pertumbuhan nilai ekspor ke kedua negara tersebut sudah cukup tinggi, yaitu 22% dan 57%.

Dalam kaitan dengan ekspor di atas, negara-negara pengimpor kakao pada umumnya menerapkan *technical barriers to import* berdasarkan mutu kakao Indonesia. Sebagai contoh, Amerika Serikat menerapkan *automatic detention* dan kemudian harga biji kakao Indonesia terkena diskon. Langkah Amerika Serikat ini juga diikuti negara-negara lain dengan langsung mendiskon harga biji kakao Indonesia. Dalam kaitannya dengan tarif, pada umumnya biji kakao Indonesia tidak dikenai tarif impor.

Pada tahun 2007 dan 2008, negara tujuan ekspor mengalami pergeseran pada posisi tiga besar ke atas (Tabel 5). Singapura, Thailand dan India menggeser negara lain sehingga Kolumbia dan Belgia berada di luar 10 besar negara tujuan ekspor biji kakao Indonesia.

Daya Saing

Analisis daya saing dilakukan dengan membandingkan beberapa indikator *Trade Performance Index* (TPI)² antara Indonesia dengan negara pengekspor biji kakao lain, dalam hal ini Pantai Gading dan Ghana. Hasil analisis menunjukkan bahwa dalam beberapa indikator, Indonesia relatif lebih lemah dibandingkan Pantai Gading dan Ghana (Tabel 6). Kinerja ekspor Indonesia dilakukan dengan melihat beberapa indikator profil umum, posisi tahun 2005 (*Current Index*) dan Indeks Perubahan (*Change Index*) 2001–2005. Beberapa indikator menunjukkan bahwa ekspor biji kakao berperan cukup nyata dalam ekspor nasional. Diversifikasi pasar dan produk serta perubahannya juga telah berkembang. Penjelasan secara rinci indikator-indikator TPI dimaksud dijelaskan sebagai berikut:

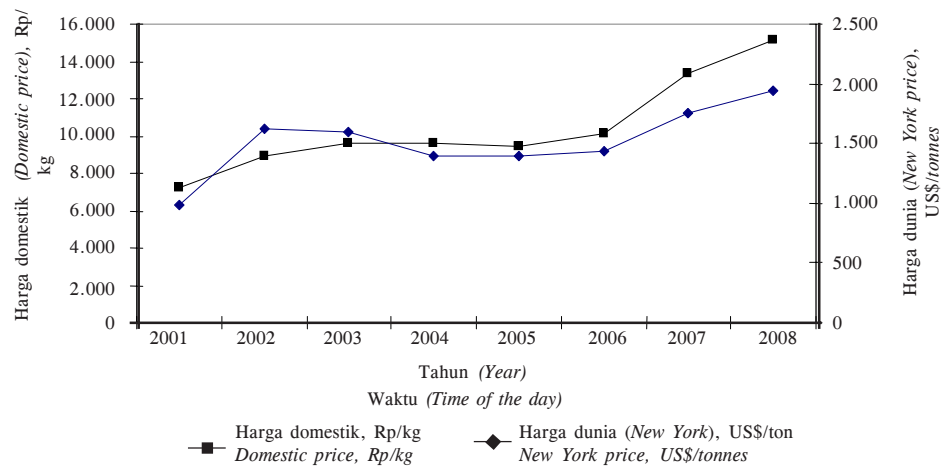
1. *Per capita export* (nilai ekspor per kapita) cukup tinggi yaitu \$US 3/kapita, lebih rendah dibandingkan nilai untuk Pantai Gading dan Ghana. Angka tersebut

Tabel 6. Indeks kinerja perdagangan untuk kakao, tahun 2001–2005

Table 6. Trade performance index of cocoa, year 2001–2005

Kinerja produk (Product performance)			INDONESIA		PANTAI GADING <i>Ivory Coast</i>		GHANA	
	Indikator <i>Indicators</i>		Nilai <i>Value</i>	Rangking <i>Rank</i>	Nilai <i>Value</i>	Rangking <i>Rank</i>	Nilai <i>Value</i>	Rangking <i>Rank</i>
Profil umum <i>General profile</i>	G1	Nilai ekspor <i>Value of exports (x 1000 US\$)</i>	667,894	8	255,5371	1	1,031,691	6
	G2	Pertumbuhan nilai ekspor <i>Growth of exports in value (% p.a.) (2001-2005)</i>	14%	34	13%	35	21%	19
	G3	Persentase ekspor nasional <i>Share in national exports (%)</i>	0.8%	17	49.1%	3	51.6%	2
	G4	Persentase impor nasional <i>Share in national imports (%)</i>	0.1%	29	0.1%	39	0%	45
	G5	Rerata pertumbuhan tahunan eksportir kapita <i>Average annual change in per capita exports</i>	77%	15	100%	1	100%	2
	G6	Nilai satuan relatif <i>Relative unit value (World average = 1)</i>	0.8	26	1	10	1.1	8
Indeks terakhir 2005 <i>Current Index</i>	P1	Ekspor net <i>Net exports (x 1000 US\$)</i>	582,695	5	2,554,285	1	1,030,165	2
	P2	Ekspor per kapita <i>(US\$ per penduduk/inhabitant)</i>	3	33	140.8	3	46.7	6
	P3	Persentase di pasar dunia <i>Share in world market (%)</i>	3.82%	8	14.61%	1	5.90%	6
	P4a	Diversifikasi produk <i>(Jumlah produk sejenis) Product diversification (N° of equivalent products)</i>	1.9	28	1.8	29	1.3	35
	P5a	Diversifikasi pasar <i>(Jumlah pasar sejenis) Market diversification (N° of equivalent markets)</i>	5.3	23	7.7	11	9.8	7
	Perubahan relatif persentase pasar dunia <i>Relative change of world market share (% p.a.)</i>							
Indeks perubahan 2001-2005 <i>Change Index</i>	C1	Persaingan <i>Competitiveness</i>	-6.00%	42	-3.00%	35	7.00%	13
		Spesialisasi geografis awal <i>Initial geographic specialisation (% p.a.)</i>	5%	3	-1%	35	1%	15
		Spesialisasi produk awal <i>Initial product specialisation (% p.a.)</i>	2%	13	-1%	26	-1%	27
		Adaptasi permintaan pasar <i>Adaptation to world demand (% p.a.)</i>	-2%	38	2%	16	-3%	41
	C2	Kecocokan dengan dinamika permintaan dunia <i>Matching with dynamics of world demand</i>	-38.00%	36	-20.00%	30	-41.00%	39

Sumber (Source) : International Trade Centre (2008).



Sumber (Note) : Direktorat Jenderal Perkebunan, 2009.

Gambar 2. Perkembangan harga kakao domestik dan internasional (New York).

Figure 2. Growth of domestic and international cocoa price.

mencerminkan bahwa produk kakao telah berorientasi ekspor, tetapi produk tersebut dihasilkan dengan tingkat produktivitas tenaga kerja relatif lebih rendah dibandingkan di Pantai Gading dan Ghana. Namun, perubahan *per capita export* selama periode tahun 2001–2005 berjalan cepat, yaitu 77% per tahun, walaupun nilainya masih lebih rendah dari Pantai Gading dan Ghana.

2. *Relative unit value* biji kakao Indonesia sekitar 0,8. Hal ini berarti produk tersebut masih lebih rendah dari nilai dunia (1) dan mengindikasikan bahwa daya saingnya masih di bawah rata-rata dunia untuk semua jenis kakao.
3. *Value of net export* tahun 2006 positif, berarti ekspor biji kakao tersebut lebih tinggi dari nilai impornya.
4. *World market share* tahun 2006 terhadap total produk kakao hanya 3,82% berarti

Indonesia merupakan negara pengekspor kecil untuk produk kakao sebagai bagian dari total produk kakao. *Share* ini juga lebih rendah dibandingkan Pantai Gading dan Ghana.

5. *Diversification of products* masih relatif rendah, yaitu 1,9 dari 7 jenis produk kakao. Hasil ini mengindikasikan bahwa ekspor Indonesia masih terkonsentrasi pada dua jenis saja, yaitu HS 180100 *Cocoa beans* dan HS 180400 *Cocoa butter, fat and oil*. Pantai Gading dan Ghana relatif sama dengan Indonesia. Hal ini mengindikasikan belum berkembangnya industri hilir berbasis kakao di Indonesia, Pantai Gading dan Ghana.
6. Tingkat diversifikasi pasar Indonesia cukup baik, 5 dari 20 pasar ekspor. Pasar yang diandalkan Indonesia adalah Malaysia, AS, Singapura, Brazil, dan Cina. Kuat dugaan, Singapura merupakan pasar yang melakukan re-ekspor.

7. Indonesia sebagai negara pengekspor produk kakao yang menghadapi kendala daya saing dan adaptasi terhadap perubahan permintaan dari adanya perubahan pangsa pasar. Hal ini dapat dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:
- (i) *Competitiveness effects negatif*, -6%. Indonesia akan kehilangan manfaat dari daya saing (6%) sedangkan Pantai Gading (3%), tetapi Ghana mendapatkan manfaat (7%).
 - (ii) *Initial geographic specialisation effects positif*, 5%. Indonesia memperoleh manfaat dari mengekspor ke pasar khusus, kuat dugaan Singapura. Nilai ini lebih tinggi dari nilai Pantai Gading dan Ghana.
 - (iii) *Initial product specialisation effects*, 2%. Indonesia memperoleh manfaat dari mengekspor produk kakao terkait dengan spesialisasi produk. Nilai ini lebih tinggi dari Pantai Gading dan Ghana.
 - (iv) *Adaptation to world demand*, -2%. Indonesia agak lambat untuk menyesuaikan dengan perubahan permintaan dunia dengan nilai lebih rendah dari Pantai Gading, tetapi lebih tinggi dari Ghana.
 - (v) *Matching with the dynamics of world demand*, 16%. Indonesia mengalami kesulitan untuk memenuhi dinamika Harga kakao nasional berfluktuasi rata-rata pada kisaran Rp1.265/kg hingga Rp2.932/kg pada periode 1992 sampai 1997. Tetapi setelah Indonesia dilanda krisis ekonomi, harga kakao melambung tinggi hingga mencapai rata-rata Rp8.903/kg. Selanjutnya harga kakao domestik berfluktuasi pada kisaran Rp6.673/kg– Rp9.579/kg pada periode

1999–2005 dan kembali mengalami peningkatan cukup tajam pada tahun 2007 (Gambar 2).

Kenaikan harga kakao terus berlanjut di awal tahun 2008, terutama hingga pertengahan bulan Maret 2008. Di beberapa sentra produksi kakao seperti Sulawesi Selatan dan Sumatera Utara harga kakao di tingkat petani mencapai Rp20.000–Rp22.500/kg. Suatu peningkatan harga yang sangat tajam dibanding harga rata-rata tahun 2007 yang hanya berada pada kisaran Rp10.500–Rp16.000/kg.

Harga kakao di berbagai daerah cukup bervariasi dan variasi harga kakao tersebut sangat dipengaruhi oleh sistem tataniaga, sarana komunikasi dan transportasi serta informasi pasar. Pada daerah yang rantai tataniaganya tidak terlalu panjang dan didukung oleh prasarana transportasi serta informasi harga yang baik, maka harga kakao yang diterima petani cukup tinggi. Sebaliknya di daerah yang rantai tataniaganya cukup panjang dan dukungan prasarana komunikasi dan transportasi kurang memadai, maka harga kakao di tingkat petani relatif rendah. Jadi mekanisme penentuan harga kakao di tingkat petani sangat dipengaruhi sistem tataniaga, sarana komunikasi dan transportasi serta informasi pasar.

Sebagai contoh, petani kakao di Sulawesi Selatan menerima harga jual biji kakao yang relatif tinggi. Hal ini bisa terjadi karena sistem tataniaga, sarana komunikasi dan transportasi serta informasi pasar di daerah ini sangat terbuka. Harga kakao di tingkat petani Sulawesi Selatan ditentukan berdasarkan harga kakao di

New York yang dikonversi ke rupiah setelah dikurangi potongan harga dan margin tataniaga. Margin tataniaga kakao di Sulawesi Selatan relatif rendah dan petani menerima harga relatif tinggi yaitu antara 80–90% harga pasar internasional. Sementara itu, petani kakao daerah lainnya umumnya lebih berperan sebagai penerima harga yang ditentukan oleh pedagang pengumpul yang diturunkan dari harga beli eksportir, seperti yang terjadi di Nanggroe Aceh Darussalam.

Di Kabupaten Pidie, Nanggroe Aceh Darussalam, petani berperan sebagai penerima harga karena rantai tataniaga kakaonya cukup panjang. Kakao dari petani dikumpulkan oleh pedagang pengumpul desa dan dijual ke pedagang pengumpul kecamatan. Biji kakao dari pedagang kecamatan selanjutnya dibeli oleh pedagang besar untuk dipasarkan ke eksportir biji kakao di Medan. Pada kasus ini petani hanya berperan sebagai penerima harga yang diturunkan dari harga ekspor di Medan ke pedagang besar, dilanjutkan ke pedagang pengumpul di kecamatan dan pedagang pengumpul desa. Kakao di tingkat petani dihargai kurang dari 70% harga ekspor di Medan (LRPI-CIRAD-CARDS, 2006).

Faktor Penentu Pertumbuhan Ekspor Kakao

Berdasarkan hasil analisis yang berkaitan dengan pertumbuhan ekspor, maka menurut pelaku bisnis faktor/kriteria yang paling menentukan (prioritas utama) secara keseluruhan dan berurutan adalah produksi (bobot = 0,34), prioritas berikutnya adalah pasar internasional (bobot = 0,311) dan harga ekspor (bobot = 0,25) serta kebijakan Pemerintah (bobot = 0,09). Faktor-faktor tersebut secara konsisten mempengaruhi pengembangan ekspor kakao dengan CR sebesar 0,0044 (Tabel 7).

Di lain pihak, untuk merealisasikan pengembangan ekspor komoditas kakao faktor-faktor di atas ditentukan oleh peran para pelaku (aktor), yaitu BUMN, Swasta, organisasi petani (Koperasi dan UKM), dan pemerintah sebagai fasilitator. Menurut pelaku bisnis, para aktor tersebut mempunyai peran yang relatif berbeda dalam menentukan faktor (Tabel 8).

Dalam pandangan pelaku bisnis, BUMN mempunyai kontribusi terpenting pada peningkatan volume ekspor (produksi) kakao, swasta pada harga ekspor, sementara pemerintah masih mendominasi peran dalam mempengaruhi pasar internasional dan menetapkan kebijakan.

Tabel 7. Faktor-faktor penentu pengembangan ekspor kakao

Table 7. Factors determining cocoa export development

Alternatif Faktor (<i>Factor alternatif</i>)	Vektor Prioritas (<i>Priority vector</i>)	Prioritas (<i>Priority</i>)
Produksi (<i>Production</i>)	0.33896	1
Harga Ekspor (<i>Export price</i>)	0.25458	3
Pasar Internasional (<i>International market</i>)	0.31131	2
Kebijakan Pemerintah (<i>Government policy</i>)	0.09516	4

Tabel 8. Peran aktor berdasarkan faktor dalam pengembangan ekspor kakao

Table 8. Role of actor based on factor of cocoa export growth

No.	Alternatif aktor (<i>Actor alternative</i>)	Vektor prioritas (<i>Priority vector</i>)	Prioritas (<i>Priority</i>)
Produksi (<i>Production</i>) (CR = 0.007)			
1.	BUMN (<i>State owned enterprice</i>)	0.339	1
2.	Swasta (<i>Private</i>)	0.255	3
3.	Koperasi/UKM (<i>Cooperative</i>)	0.311	2
4.	Pemerintah (<i>Government</i>)	0.095	4
Harga Ekspor (<i>Export price</i>) (CR = 0.004)			
1.	BUMN (<i>State owned enterprice</i>)	0.315	2
2.	Swasta (<i>Private</i>)	0.405	1
3.	Koperasi/UKM (<i>Cooperative</i>)	0.104	4
4.	Pemerintah (<i>Government</i>)	0.176	3
Pasar Internasional (<i>International market</i>) (CR = 0.02)			
1.	BUMN (<i>State owned enterprice</i>)	0.297	2
2.	Swasta (<i>Private</i>)	0.148	3
3.	Koperasi/UKM (<i>Cooperative</i>)	0.134	4
4.	Pemerintah (<i>Government</i>)	0.421	1
Kebijakan Pemerintah (<i>Government policy</i>) (CR = 0.04)			
1.	BUMN (<i>State owned enterprice</i>)	0.263	2
2.	Swasta (<i>Private</i>)	0.094	3
3.	Koperasi/UKM (<i>Cooperative</i>)	0.124	4
4.	Pemerintah (<i>Government</i>)	0.518	1

Keterangan (*Notes*): CR (*Consistency Ratio*/Nisbah konsistensi).

Sementara Koperasi/UKM belum mampu berbuat banyak dalam menentukan/mempengaruhi volume dan harga ekspor, pasar internasional dan kebijakan pemerintah.

Dalam menentukan produksi (volume ekspor), kontribusi swasta dan petani sangat menentukan karena volume ekspor kedua aktor tersebut mempunyai kontribusi lebih dari 60%. Hal yang berbeda terjadi dalam penentuan harga ekspor dimana peranan swasta bersama BUMN sangat menonjol dalam menentukan harga ekspor. Dalam kaitannya dengan perkembangan pasar internasional dan kebijakan pemerintah, peran ketiga aktor yaitu Pemerintah, BUMN dan Swasta, cukup penting. Kepentingan petani diperkirakan terakomodasi oleh peran pemerintah secara nyata.

Dalam kaitannya dengan peningkatan daya saing, tujuan Koperasi/UKM dan BUMN dinilai pelaku bisnis berbeda dengan tujuan aktor lainnya (Tabel 9). Menurut pelaku bisnis kakao, Koperasi/UKM dan BUMN memiliki tujuan yang sama dalam rangka peningkatan daya saing, yaitu meminimumkan biaya operasional sebagai tujuan terpenting. Pada sisi lain, pelaku bisnis menilai bahwa dalam rangka meningkatkan daya saing ini, tujuan swasta lebih pada peningkatan efisiensi pemasaran, sedangkan Pemerintah lebih mementingkan deregulasi kebijakan terkait dengan biaya operasional, efisiensi pemasaran dan pengembangan sarana penunjang dibandingkan yang lainnya (Tabel 9).

Masih dalam hal peningkatan daya saing ini, BUMN dan swasta dinilai

Tabel 9. Tujuan aktor dalam pengembangan ekspor kakao
 Table 9. Actor purpose in development cocoa export

Alternatif Tujuan (<i>Destination alternative</i>)	Vektor Prioritas (<i>Priority vector</i>)	Prioritas (<i>Priority</i>)
BUMN (CR = 0,08)		
- Biaya operasional (<i>Operational cost</i>)	0.286	1
- Pemasaran efisien (<i>Marketing efficiency</i>)	0.150	4
- Sarana penunjang (<i>Supporting means</i>)	0.281	3
- De/Regulasi (<i>De/Regulation</i>)	0.283	2
Swasta (<i>Private</i>) (CR = 0.04)		
- Biaya Operasional (<i>Operational cost</i>)	0.236	3
- Pemasaran Efisien (<i>Marketing efficiency</i>)	0.306	1
- Sarana Penunjang (<i>Supporting means</i>)	0.154	4
- De/Regulasi (<i>De/Regulation</i>)	0.304	2
Koperasi/UKM (<i>Cooperation</i>) (CR = 0.05)		
- Biaya Operasional (<i>Operational cost</i>)	0.461	1
- Pemasaran efisien (<i>Marketing efficiency</i>)	0.176	3
- Sarana penunjang (<i>Supporting means</i>)	0.224	2
- De/Regulasi (<i>De/Regulation</i>)	0.138	4
Pemerintah (<i>Government</i>) (CR = 0.05)		
- Biaya Operasional (<i>Operational cost</i>)	0.225	3
- Pemasaran efisien (<i>Marketing efficiency</i>)	0.083	4
- Sarana Penunjang (<i>Supporting means</i>)	0.277	2

mempunyai kesamaan tujuan terkait dengan deregulasi kebijakan. Pelaku bisnis menilai keduanya menempatkan deregulasi pada prioritas kedua dalam peningkatan daya saing kakao Indonesia di pasar ekspor.

Tujuan aktor di atas masih dapat dirinci lebih lanjut sesuai alternatif strategi yang ditawarkan. Alternatif strategi berdasarkan masing-masing tujuan ini tetap mencerminkan strategi prioritas utama secara keseluruhan. Menurut pelaku bisnis, setiap tujuan yang ditawarkan mempunyai langkah operasional yang berbeda di antara optimalisasi sumber daya, pengembangan infrastruktur, pengembangan pembiayaan,

pengembangan kelembagaan dan implementasi kebijakan (Tabel 10).

Hasil pendapat gabungan dari responden menggunakan metode PHA dengan *Expert Choice 2000* terlihat signifikan dengan *inconsistency ratio* sebesar 0,03. Menurut para pakar tersebut alternatif strategi yang dianggap paling sesuai, handal dan menjadi prioritas utama dalam upaya strategi pengembangan ekspor komoditas kakao adalah optimalisasi sumber daya (bobot = 0,467), diikuti dengan pengembangan infrastruktur, pengembangan kelembagaan, pengembangan pembiayaan dan implementasi kebijakan (Tabel 10).

Tabel 10. Alternatif langkah operasional

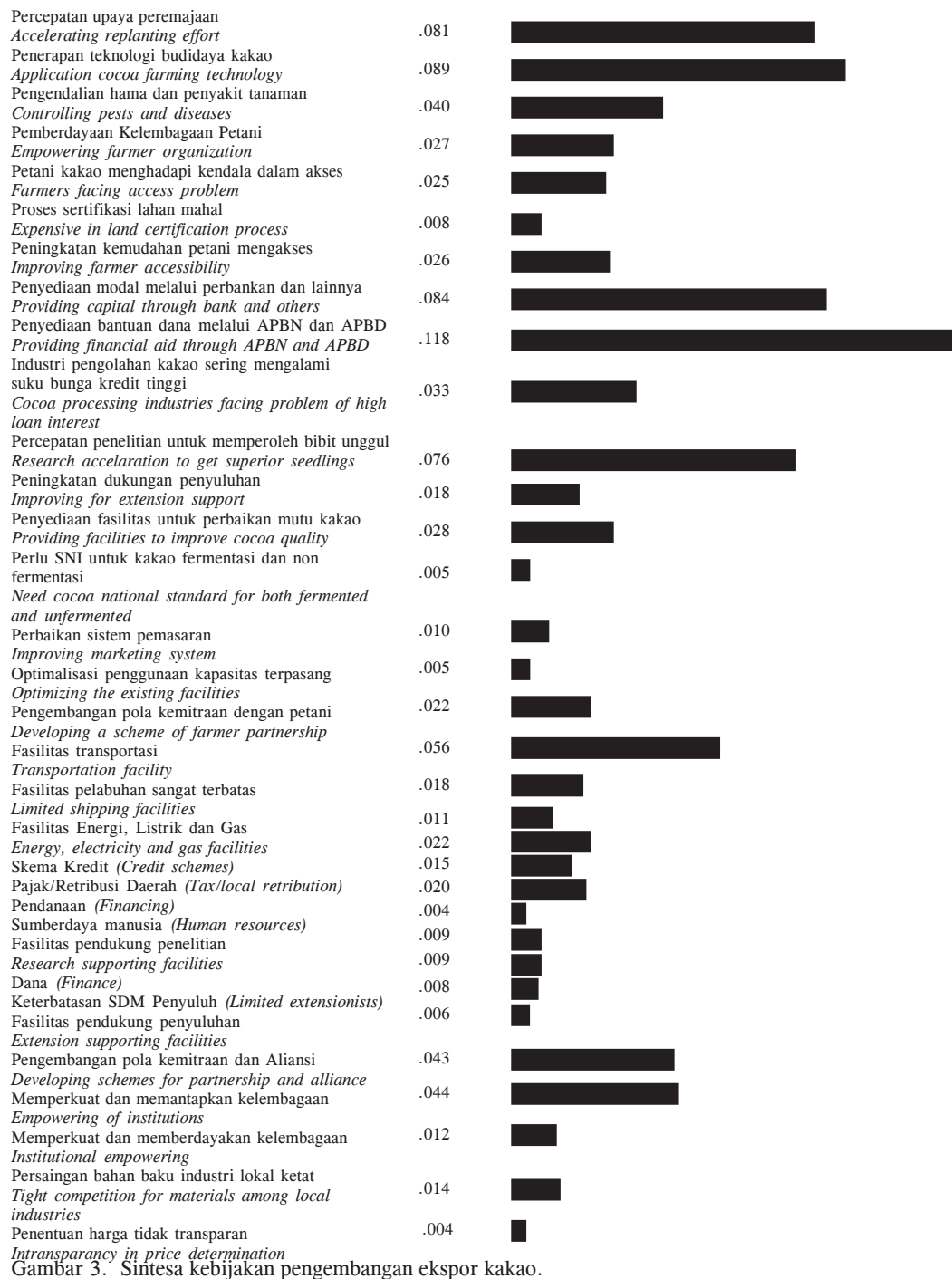
Table 10. Operational alternative

Strategi (Strategy)	Bobot (Value)	Prioritas (Priority)
1. Biaya Operasional Efektif (CR = 0.10) <i>Effective operational cost</i>		
- Optimalisasi Sumber daya (<i>Optimizing of resources</i>)	0.303	2
- Pengembangan Infrastruktur (<i>Infrastructure development</i>)	0.306	1
- Pengembangan Pembiayaan (<i>Budgeting development</i>)	0.122	4
- Pengembangan Kelembagaan (<i>Organisation development</i>)	0.116	5
- Implementasi Kebijakan (<i>Policy implementation</i>)	0.152	3
2. Pemasaran Efisien (CR = 0.10) <i>Marketing efficiency</i>		
- Optimalisasi Sumber daya (<i>Optimizing of resources</i>)	0.199	4
- Pengembangan Infrastruktur (<i>Infrastructure development</i>)	0.174	3
- Pengembangan Pembiayaan (<i>Budgeting development</i>)	0.189	2
- Pengembangan Kelembagaan (<i>Organisation development</i>)	0.273	1
- Implementasi Kebijakan (<i>Policy implementation</i>)	0.164	5
3. Sarana Penunjang Berkembang (CR = 0.10) <i>Supporting means</i>		
- Optimalisasi Sumber daya (<i>Optimizing of resources</i>)	0.149	4
- Pengembangan Infrastruktur (<i>Infrastructure development</i>)	0.325	1
- Pengembangan Pembiayaan (<i>Budgeting development</i>)	0.248	2
- Pengembangan Kelembagaan (<i>Organisation development</i>)	0.168	3
- Implementasi Kebijakan (<i>Policy implementation</i>)	0.109	5
4. De/Regulasi (CR = 0.01) <i>De/Regulation</i>		
- Optimalisasi Sumber daya (<i>Optimizing of resources</i>)	0.377	1
- Pengembangan Infrastruktur (<i>Infrastructure development</i>)	0.194	3
- Pengembangan Pembiayaan (<i>Budgeting development</i>)	0.130	4
- Pengembangan Kelembagaan (<i>Organisation development</i>)	0.087	5
- Implementasi Kebijakan (<i>Policy implementation</i>)	0.212	2

Dalam rangka optimalisasi sumber daya, para pakar sepakat bahwa pengembangan ekspor kakao memerlukan (i) penyediaan modal melalui APBN, APBD atau sumber lain, (ii) peningkatan kemudahan akses ke lembaga keuangan (bank nasional), (iii) percepatan upaya peremajaan dan rehabilitasi, (iv) penerapan teknologi budidaya kakao, (v) peningkatan

produktivitas penelitian untuk penyediaan bibit, dan (vi) pengendalian hama dan penyakit tanaman. Strategi operasional ini nampaknya saat ini sudah mulai berjalan seiring dengan diluncurkannya Gerakan Peningkatan Produksi dan Mutu Kakao Nasional (Gernas Kakao).

Alternatif strategi berikutnya adalah pengembangan infrastruktur (bobot =



Gambar 3. Sintesa kebijakan pengembangan ekspor kakao.

Figure 3. Synthesis of cocoa export development policy.

0,220). Pelaku bisnis berpendapat pengembangan infrastruktur yang menjadi prioritas adalah fasilitas transportasi (pelabuhan, jalan, jembatan timbang, gudang dan lainnya). Saat ini fasilitas telekomunikasi dan informasi telah berfungsi dengan baik melalui penyediaan akses informasi pasar (harga).

Alternatif berikutnya adalah pengembangan kelembagaan (bobot = 0,172). Pelaku bisnis sepakat bahwa upaya pengembangan kelembagaan yang diutamakan adalah (i) pengembangan pola kemitraan dan aliansi strategis dan (ii) pemberdayaan (memperkuat dan memantapkan) kelembagaan petani.

Alternatif yang keempat adalah pengembangan pembiayaan (bobot = 0,087). Dalam hubungan ini, pelaku bisnis sepakat untuk mengutamakan (i) penyediaan skema kredit, dan (ii) pengaturan kembali pajak/retribusi daerah. Sedangkan untuk implementasi kebijakan, pelaku bisnis telah puas dengan yang berlaku sekarang, tetapi belum menganggap perlu SNI untuk kakao fermentasi maupun non-fermentasi. Secara lebih konkret, alternatif strategi pengembangan ekspor kakao Indonesia terlihat pada Gambar 3.

Ke depan perlu disusun suatu strategi harga (*grand strategy*) yang berisi paket lengkap optimalisasi sumber daya, pengembangan infrastruktur, kelembagaan, pengembangan skema pembiayaan, dan implmentasi kebijakan. Strategi harga ini kemudian dirinci lebih lanjut dalam strategi operasional untuk pengembangan ekspor masing-masing komoditas perkebunan, termasuk kakao. Strategi operasional

pengembangan ekspor komoditas kakao menurut prioritasnya adalah sebagai berikut:

1. Penyediaan modal melalui APBN dan APBD dan sumber lain.
2. Penerapan teknologi budidaya kakao sesuai rekomendasi.
3. Percepatan upaya peremajaan.
4. Peningkatan produktivitas riset untuk memperoleh bibit unggul.
5. Pembangunan fasilitas transportasi dari usahatani hingga ke pelabuhan.
6. Pengembangan organisasi petani dan pola kemitraan serta aliansi strategis.
7. Pengendalian hama dan penyakit.

Strategi operasional di atas pada dasarnya merupakan strategi bauran untuk mencapai tujuan yang diinginkan para aktor. Gernas Kakao yang saat ini dijalankan pemerintah sudah tepat tinggal menambah hal-hal lain dari strategi operasional di atas yang belum tercakup, seperti pembangunan fasilitas transportasi dari usahatani hingga ke pelabuhan dan pengembangan organisasi petani dan pola kemitraan serta aliansi strategis.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dapat disimpulkan bahwa biji kakao Indonesia mempunyai daya saing yang cukup kuat dalam perdagangan internasional dan Indonesia memiliki potensi serta peluang yang cukup besar untuk meningkatkan nilai dan pertumbuhan ekspor biji kakao. Pelaku bisnis menilai bahwa Pemerintah merupakan aktor utama

yang berfungsi sebagai regulator dan fasilitator ekspor kakao. Sementara itu, swasta merupakan aktor yang penting dalam menentukan harga, sedangkan petani (organisasi petani) belum banyak berperan dalam pengembangan ekspor kakao.

Tujuan utama dari aktor ternyata beragam, walaupun yang paling menonjol adalah efisiensi biaya operasional. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, aktor di pengembangan ekspor kakao mengutamakan strategi optimalisasi sumberdaya, disusul dengan pengembangan infrastruktur, kelembagaan, pengembangan pembiayaan, dan implementasi kebijakan.

Strategi pengembangan ekspor kakao perlu dilihat sebagai bagian dari pengembangan ekspor komoditas perkebunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M.S. (2000). Strategi pemasaran ekspor. *Seri Bisnis Internasional No.3*. Lembaga Manajemen PPM, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik (2009). *Buletin Statistik Bulanan-Indikator Ekonomi Bulan April 2009*. Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Departemen Perindustrian dan Perdagangan. (2005). *Kebijakan Pembangunan Industri dan Perdagangan Nasional 2005—2009*. Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Jakarta.
- Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian (2004). *Kebijakan dan Program Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian 2001—2004*. Direktorat Jenderal

Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, Jakarta.

- Dradjat, B. (2002). Prospek ekspor produk perkebunan: implikasi strategis bagi Indonesia. *Seminar Penerapan Otonomi Daerah dan Daya Saing Agribisnis Perkebunan*. Lembaga Riset Perkebunan Indonesia, Bandung, 26—27 Juni, 2002.
- International Rubber Study Group (2008). *Rubber Statistical Bulletin*, 63. Singapore.
- International Trade Centre UNCTAD/GATT (1978). Introduction to export market research. International Trade Centre UNCTAD/GATT, Geneva.
- International Trade Centre (2008). Commodity Trade Statistics: Market Analysis Tools. www.intracen.org
- Keegan, J.W (2003). *Manajemen Pemasaran Global*. Prenhallindo, Jakarta.
- LRPI, CIRAD, CARDS (2006). *Cocoa Commodity Development, Technological Improvement of Post-Harvest, and Recovery of the Cocoa Sector in the Pidie District*. LRPI, Bogor.
- Ma'arif, M. & H. Tanjung (2003). *Teknik-Teknik Kuantitatif Untuk Manajemen*. PT. Gramedia, Jakarta.
- Rizal, Y. (2007). *Strategi Peningkatan Nilai Tambah BUMN Perkebunan Melalui Pembentukan Holding Company dalam Rangka Peningkatan Efisiensi*. Program Studi Manajemen dan Bisnis, Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Tambunan, T. (2002). *Perkembangan Sektor Pertanian di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
